Satellifax

Le premier quotidien de l'audiovisuel

N° 4560 – Jeudi 3 septembre 2015

A LA UNE 1

▪ **France 2 :** la saison fiction 2015-2016 renforcée par les succès d'audience

ENTREPRISES ET MARCHES 3

▪ **Vivendi :** hausse du CA semestriel ; 15,3 millions d'abonnements pour le groupe Canal+

▪ **Vivendi :** négociations exclusives pour devenir actionnaire minoritaire du futur groupe Banijay-Zodiak

▪ **Marché des téléviseurs :** l'Ultra HD, un vecteur de croissance, selon GfK

▪ **Alain Weill :** la petite histoire de son accord avec Altice

INSTITUTIONNEL 5

▪ **CAP / Fleur Pellerin :** extension de l'assiette aux box et non aux smartphones et tablettes

▪ **France TV / Radio France :** Fleur Pellerin « très favorable » au projet de chaîne d'info publique

▪ **Copie privée :** Jean Musitelli nommé prochainement à la présidence de la Commission

▪ **Radio France :** l'intersyndicale refuse la « filialisation » de France Info

TNT 6

▪ **Projet de chaîne d'info publique :** « une folie », selon Alain Weill, qui en appelle au CSA

▪ **Numéro 23 / Vente :** Alain Weill affiche sa confiance sur la décision prochaine du CSA

TV SUR CABLE,... 7

▪ **RMC TV :** des annonces d'ici la fin de l'année sur son lancement, dit Alain Weill

▪ **QVC :** la chaîne de téléachat disponible dans l'offre de la TV d'Orange

▪ **Canalsat par satellite :** nouvelle vague de passage en full HD le 22 septembre prochain

▪ **Free :** nouvelles chaînes sur la Freebox TV pour la rentrée

INDUSTRIE DES PROGRAMMES 8

▪ **Festival de La Rochelle :** les intervenants aux débats de cette 17e édition

RADIO 8

▪ **Radio France :** Mathieu Gallet auditionné ce mercredi par le CSA

VIDEO, VIDEO A LA DEMANDE 9

▪ **Catch-up :** record de consommation en mai à près de 440 millions de vidéos

INTERNET 9

▪ **FremantleMedia France / *Télé-Loisirs* :** plus d'1,1 million de vidéos vues pour la websérie *Pourquoi ?*

INTERNATIONAL 10

▪ **Netflix :** ouverture ce mercredi du service SVOD au Japon

▪ **E-U / ABC :** un des « héros » du Thalys participera à *Danse avec les stars*

NOMINATIONS, MOUVEMENTS 10

▪ **Robert Namias :** l'ancien directeur de l'information de TF1 quitte ses fonctions à *Nice-Matin*

PROGRAMMES 10

▪ **M6 :** les principales nouveautés de la rentrée

▪ **RMC Découverte :** les nouveautés de la rentrée

AU FIL DES TWEETS... 11

▪ **Mercredi's tweets :** Ministère Culture Com, Godefroy, Revel, Lechevallier, Damidot, Fraioli, Gault, Ludianov, Denis, Simonin, Alduy...

REVUE DE PRESSE 12

AGENDA 13

A la Une

France 2 : la saison fiction 2015-2016 renforcée par les succès d'audience

Forte de ses succès d'audience obtenus la saison dernière, France 2 annonce un programme de fictions, pour 2015-2016, s'inscrivant « dans le prolongement de la précédente ». L'unité fiction, qui finance 64 soirées inédites avec un budget de près de 120 M€, lancera toutefois aussi de nouvelles séries, dont Dix pour cent *et* Malaterra, *et s'essaiera au 26' avec une soirée spéciale* Parents mode d'emploi. *Elle travaille aussi à de nouveaux « territoires », sans entrer dans les détails.*

Comme les années précédentes, **Thierry Sorel**, **directeur de la fiction de France 2**, a présenté ce mercredi à la presse, à une semaine de l'ouverture du Festival de la fiction TV de La Rochelle, le programme à venir sur la chaîne. « C'est une **saison dans le prolongement de la précédente**. Notre démarche : **renouveler et déployer la fiction de France 2 pas à pas**, **série après série** », a-t-il expliqué. Et l'exercice porte ses fruits : la fiction est « **au plus haut** » depuis sept ans, avec une moyenne de **4 millions de téléspectateurs par soir** et **15,8 % de pda**, soit 3 points de plus en deux ans, a-t-il précisé.

Thierry Sorel s'est ainsi félicité des succès des nouveautés de la saison dernière, citant ***Accusé*** (Troisième Œil Story), ***Les témoins*** (Cinétévé), ***Chefs*** (Calt Production), ***Nina*** (Barjac) et ***Disparue*** (Quad Television). Toutes, d'ailleurs feront l'objet d'une suite – sur le mode spin-off pour *Les témoins* – hormis le feuilleton bouclé *Disparue*. « Beaucoup de séries, pas toutes policières, ont rencontré le public de façon massive », signe, pour lui, que « le renouveau a donné sa mesure l'an dernier ». Autres succès : la fiction de la chaîne a réussi à « **élargir son public**, plus jeune, plus féminin et plus urbain » et à monter sa note qualitative à 8/10 selon le QualiTV, baromètre réalisé par Harris Interactive pour France Télévisions.

Une équipe qui ne demande qu'à « aller plus loin »

Ces succès d'audience sont « le fruit d'une équipe, d'une antenne », a souligné Thierry Sorel, saluant en particulier les **conseillers de programmes**, qui ▪▪▪

■ ■ ■ assurent un « rôle d'**éditeurs aux côtés des producteurs** » : « France 2 mise depuis toujours sur les **talents de la création**. » Interrogé sur d'**éventuels changements** dans l'équipe avec l'arrivée de la nouvelle présidente, **Delphine Ernotte Cunci**, et d'une nouvelle direction (**Vincent Meslet** pour France 2), il a assuré que l'unité était « **dans le long cours**. C'est une démarche qui est entreprise. L'idée est plutôt de s'appuyer sur tout ce qui fonctionne pour l'enrichir ».

L'équipe, qui « ne demande qu'à se déployer » et « à aller plus loin », **travaille** sur « de **nouveaux formats**, de **nouveaux horizons** », a ajouté Thierry Sorel, refusant toutefois d'en dire plus. Le feuilleton quotidien ? « Ce n'est pas une question qui se pose à l'heure actuelle », estimant qu'il fallait laisser à la nouvelle présidente le temps de « prendre ses marques ». Quant à savoir s'il aurait sa place dans la grille de France 2, Thierry Sorel s'en dit « certain », « une fois posée la problématique du coût, du budget ».

Le **26'** ? Il va faire son apparition dans la grille, **en prime time**, avec une **soirée spéciale *Parents mode d'emploi*** (Elephant Story) en 4 x 26', qui aborde donc un nouveau format, en plus de sa version courte. « C'est une première. Cela faisait longtemps que l'on cherchait à tenter ce format. C'est plus difficile à mettre en place en France [que dans d'autres pays européens] ». Quant à **d'éventuelles autres cases**, par exemple en deuxième partie de soirée, c'est encore « **trop tôt** ». « Oui, il y a des choses à faire. On a des pistes, des explorations », a-t-il répondu. « Il y a une ligne qui se dessine : **travailler sur plus de fictions emblématiques** [vers l'international], ce qui signifie **agréger des budgets** ».

Coproduire à l'international, quitte à ne pas être leader

La **coproduction internationale** « va **devenir une nécessité** sur le marché », a ainsi considéré Thierry Sorel, appelant à une approche « plus pragmatique » que par le passé, où les diffuseurs voulaient définir une ligne éditoriale commune, au risque de transformer les œuvres en « europudding » comme on les a un temps appelées. Il s'agit de « **ne pas laisser partir des projets**, **quitte à ne pas être leader**. Il faut trouver le bon équilibre éditorial », a-t-il ajouté. France 2 « travaille sur des projets de coproductions internationales », a-t-il indiqué, citant uniquement ***Bonaparte***, un projet porté par Cinétévé avec la société anglaise Red, annoncé depuis 2012. « Cela demande beaucoup de temps de boucler le montage financier de ce type de coproduction », a-t-il justifié.

« On travaille sur des **territoires originaux**, **créatifs**, **audacieux** », a insisté Thierry Sorel. Avec une ligne éditoriale « sur le mode majeur d'une **fiction contemporaine**, c'est-à-dire raconter l'histoire de notre société » et des « axes dominants » : « **renouveler le point de vue créatif** », mettre « l'accent » sur la **variété des genres**, **des formats**, et aborder « **l'ensemble du spectre de la fiction** en essayant de monter en gamme, d'**aller vers des standards internationaux** ».

Une « structure de grille lisible et inchangée »

La saison 2015-2016 se déroulera donc sur une « structure de grille lisible et inchangée », à savoir la case du **mercredi** avec une **programmation « très diversifiée »** et celle du **vendredi**, toujours consacrée au **polar**, auxquelles s'ajoutent deux programmes de fiction courtes de journée, ***Parents mode d'emploi*** et ***Vestiaires*** (Astharté & Cie, Les Films d'Avalon). Le tout dans une économie stable : **64 soirées inédites** financées avec un budget de **près de 120 millions d'euros**, a expliqué Thierry Sorel.

France 2 diffusera cette saison quelques « nouveautés majeures » dans le domaine des séries, dont ***Dix pour cent*** (6 x 52', Mon Voisin Productions et Mother Production) sur une agence de comédiens, qui s'appuie sur la participation exceptionnelle de nombre d'acteurs de cinéma (Cécile de France, Nathalie Baye, Line Renaud, Julie Gayet, François Berléand…). Interrogé pour savoir s'il ne trouvait pas « absurde » que cette « comédie dramatique […] au casting idéal » – pour reprendre ses termes – soit distribuée par **TF1 International** (sous le titre *Call My Agent!*), d'autant que France Télévisions veut renforcer ses recettes sur les productions qu'elle finance, Thierry Sorel a répondu : « Absurde ? Disons dommage. » Il a mis en avant les « liens étroits » existant entre Cédric Klapisch, directeur artistique et coréalisateur de la série, et TF1 International, expliquant aussi que « **France Télévisions Distribution** [n'avait] **pas toujours les moyens de suivre toutes les offres** ».

Autre rendez-vous attendu : le feuilleton ***Malaterra***, réalisé par Jean-Xavier de Lestrade et Laurent Herbiet (8 x 52', Shine France), adaptation – transposée en Corse – du britannique ***Broadchurch***, grand succès d'audience de France 2 l'an dernier, surtout avec sa saison 1 (7,3 millions de téléspectateurs en moyenne pour une pda de 27,3 %, en audiences consolidées). Les téléspectateurs découvriront également la nouvelle série procédurale ***Lebowitz contre Lebowitz*** (8 x 52', Ryoan, Chabraque Productions), ainsi que l'adaptation éponyme (6 x 52', EuropaCorp Television) du ***Passager*** de Jean-Christophe Grangé.

De nouvelles saisons et épisodes pour les collections

Par ailleurs, outre les saisons 2 déjà citées, l'antenne renouera aussi avec ***Duel au soleil*** (6 x 52', Elephant Story), ainsi que, pour une saison 8, avec ***Fais pas ci, fais pas ça*** (6 x 52', Elephant Story). France 2 **clôturera** aussi le « **triptyque** » sur la politique ***Les hommes de l'ombre*** (Tetra Media Fiction, Macondo), a indiqué Thierry Sorel.

Côté séries policières de 52', l'année sera fondée sur l'arrivée de nouvelles saisons de productions bien installées, comme ***Caïn*** (10 x 52', DEMD Productions) pour sa 4e, ***Cherif*** (10 x 52', MakingProd) pour sa 3e et, bien sûr, ***Candice Renoir*** (10 x 52', ■ ■ ■

 Reproduction interdite © 2015 Fréquences

■ ■ ■ Boxeur de Lune), une des productions stars de la chaîne avec « 5 millions de téléspectateurs cinq soirs de suite » et une place de « leader cet été » avec des rediffusions, a rappelé Thierry Sorel.

Les **collections en 90'** s'inscrivent dans la même logique, puisque la chaîne renoue avec ***Marjorie*** (K'ien Productions), ***Deux flics sur les docks*** (2 x 95', GTV), ***Lanester*** (Native), ainsi qu'avec les collections **Les saisons meurtrières** (***Jaune iris***, produit par Astharté & Compagnie) et **Dame de...** (***Dame de feu*** et ***Dame de glace***, produits par Dajma). Par ailleurs, après *Mystère au moulin rouge*, diffusé en juin 2011, France 2 enrichit de deux opus ses **Mystères à Paris** avec ***Mystère à la tour Eiffel*** et ***Mystère à l'Opéra***, toujours produits par Thalie Images. Enfin, à ne pas oublier, ***Boulevard du Palais*** (GMT) et ***Les petits meurtres d'Agatha Christie*** (Escazal Films) ont repris l'antenne vendredi dernier pour un mois. Cette dernière a d'ores et déjà retrouvé son public : l'épisode *Pension Vanilos* a été suivi par près de 4,2 millions de téléspectateurs (19,8 %), plaçant France 2 en tête des audiences en prime time.

A cette offre majoritaire de séries (70 % environ), la chaîne proposera toujours de **nombreux unitaires de 90'**, dont ***Borderline*** d'Olivier Marchal (Alchimic, Bad Company), et dont la diffusion sera suivie d'un débat, ***Rose et le soldat*** de Jean-Claude Barny (Lizland Films), ***Stavisky, l'escroc du siècle*** de Claude-Michel Rome (Septembre Productions) ou encore, en 2 x 90', ***La promesse du feu*** de Christian Faure (Eloa Prod) d'après le roman éponyme de Mikaël Ollivier. ■

Entreprises et marchés

Vivendi : hausse du CA semestriel ; 15,3 millions d'abonnements pour le groupe Canal+

Vivendi a publié ce mercredi un **chiffre d'affaires de 5,09 milliards d'euros pour le premier semestre 2015**, **en hausse de 8,3 % sur un an**, et **un résultat net, part du groupe, de 1,99 Md€**, en progression de 4,1 %. Cette performance s'explique notamment grâce à l'importante plus-value de cession de l'opérateur télécoms brésilien GVT, réalisée en mai dernier, qui s'élève à 1,206 Md€ (après impôts). Le résultat net ajusté du groupe fait un bon de 30 % sur un an, à 329 millions d'euros.

La filiale **groupe Canal+ affiche un chiffre d'affaires de 2,73 Md€, en hausse de 2,5 %** par rapport au premier semestre 2014. Le **résultat opérationnel courant s'élève à 368 M€, en recul de 13,3 %, et le résultat opérationnel ajusté (Ebita) à 388 M€, en baisse de 7,6 %** sur un an. « Cet écart s'explique principalement par un renforcement des investissements dans les programmes et droits sportifs », affirme Vivendi. Canal+ a ainsi acquis fin janvier les droits de diffusion exclusifs du Top 14 pour les saisons 2015-2016 à 2018-2019, pour 74 M€ HT par an. Par ailleurs, **Eurosport** (Discovery Communications) est désormais proposée **en exclusivité sur Canalsat**, indique le communiqué. Rappelons qu'Eurosport et Eurosport 2 ne sont plus proposées sur Numericable depuis le 3 août (nos informations du 19 août).

La filiale de musique Universal Music Group voit aussi son chiffre d'affaires progresser de 15,4 % (3,4 % à taux de change et périmètre constants), à 2,311 Md€.

Recul de la TV payante en France

Le **portefeuille global du groupe atteint 15,3 millions d'abonnements, en hausse de 176 000 sur un an**. La croissance a été **tirée par l'activité de Canal+ en Afrique et au Vietnam, et par l'offre de SVOD Canalplay en France** métropolitaine, selon le communiqué. **L'activité TV payante en France accuse quant à elle un « léger recul »**, indique Vivendi, sans préciser de chiffre. **Hors de France**, le chiffre d'affaires de la TV payante **progresse de 9,1 %**. Parallèlement, « le chiffre d'affaires publicitaire des **chaînes gratuites** bénéficie de l'accroissement des audiences » de D8 et iTELE, indique Vivendi.

Le groupe fait aussi état d'une **progression « significative » du chiffre d'affaires de StudioCanal**, grâce aux performances des films *Paddington*, *Imitation Game* et *Shaun le mouton*.

Vivendi rappelle que le groupe Canal+ et le polonais ITI Group ont finalisé le 1er juillet la cession de leur participation dans le groupe de télévision privé polonais TVN, pour 584 M€, dont 273 M€ pour le groupe Canal+ (nos informations du 3 juillet). Vivendi vient aussi de monter à **93,6 %** du capital et des droits de vote de la Société d'édition de Canal Plus (SECP) pour 962 M€, et à 90 % dans Dailymotion. Le groupe a également cédé en août sa participation résiduelle de 20 % dans Numericable-SFR, pour 1,97 Md€.

Dans les télécoms, Vivendi est devenu **l'actionnaire de référence de Telecom Italia** (14,9 %) et s'est totalement désengagé de Telefónica Brasil, dont il détenait 7,5 % à la suite du désengagement de GVT.

Avec ces différentes opérations, le groupe, qui disposait au 30 juin d'une **trésorerie nette de 6,3 Md€**, peut se développer et « **envisager des acquisitions** », note-t-il. Le groupe a par ailleurs annoncé être « entré en négociations exclusives pour devenir un partenaire minoritaire » du groupe qui naîtra de la fusion des sociétés de production Banijay et Zodiak Media (lire ci-dessous). ■

Edité par Fréquences, membre du Spiil – Sarl au capital de 10 000 € – Commission paritaire : 1219 W 90061 – *Satellifax*, 9, rue Charlot 75003 Paris – www.satellifax.com – Twitter : @satellifax – Directeur des publications *Satellifax* et *Satellimag* : Joël Wirsztel
Abonnements : Véronique Olasz – Tél : 01 40 29 47 48 – Fax : 01 42 78 70 36 – office@satellifax.com, tarifs : 3 mois 930 €, 1 an 3 390 €
Publicité : REMICS Régie, Remi Collard – Tél : 06 09 77 37 22 – remi@remicsetcompagnie.com – Rédaction : 01 44 78 04 78, redaction@satellifax.com – Directeur de la rédaction : Joël Wirsztel : @joelwir – Rédactrice en chef : Yvane Dréant – Rédaction : Tristan Brossat, Arnaud Grellier, Christine Monfort, Virginie Sengès – Collaboratrices : Pascale Paoli-Lebailly, Isabelle Repiton, Carole Villevet
Secrétariat de rédaction : Nathalie Grisoni, Maxime Bomier – REPRODUCTION INTERDITE – 20e année de publication – © 2015 Fréquences

Vivendi : négociations exclusives pour devenir actionnaire minoritaire du futur groupe Banijay-Zodiak

Vivendi est « entré en **négociations exclusives** pour devenir un **partenaire minoritaire** » du **groupe qui naîtra de la fusion de Banijay** (LOV Group) **et Zodiak Media** (De Agostini), a annoncé l'entreprise ce mercredi, sans plus de précision, à l'occasion de la présentation de ses résultats semestriels. Les deux sociétés de production européennes, qui **pèsent ensemble** « environ 1 milliard de dollars » (**890 millions d'euros**) de chiffre d'affaires, ont annoncé fin juillet leur projet de fusion (nos informations du 19 août). Ensemble, elles deviendront n° 3 européen – voire mondial, selon Vivendi – derrière Endemol-Shine (plus de 2 Md€ de CA) et l'allemand FremantleMedia (1,5 Md€), filiale de RTL Group. Le futur groupe deviendra le plus important producteur non contrôlé par un groupe de média, revendiquaient les entreprises au moment de l'annonce du projet.

Rappelons qu'à l'issue de l'opération, **Stéphane Courbit**, patron de Banijay et de la holding LOV Group, prendra la présidence du nouveau groupe, et **Marco Bassetti**, jusqu'ici président exécutif de Banijay, en deviendra le directeur général. **Marc-Antoine d'Halluin**, qui dirige Zodiak Media depuis octobre 2013, devrait quitter l'entreprise à l'issue de la fusion. Les deux sociétés, de taille similaire, toutes deux créées en 2007-2008, sont complémentaires et ont un actionnaire commun : le groupe éditorial italien De Agostini qui détient 72 % de Zodiak Media et 17,1 % de Banijay. Elles ont un autre point commun : Banijay a été créée en France et Zodiak Media est née de la fusion de plusieurs entités, dont le français Marathon Groupe. Son siège est d'ailleurs toujours basé dans l'Hexagone.

Les sociétés seront présentes dans 18 pays ou territoires, avec des productions allant du flux (jeux, magazines, talk-shows), leur point fort, à la fiction, en passant par la téléréalité, et regrouperont leur branche de distribution pour gérer les droits de leurs productions à l'international. ■

Marché des téléviseurs : l'Ultra HD, un vecteur de croissance, selon GfK

Les ventes progressent au niveau mondial pour **l'électronique grand public** (EGP), favorisées par l'**Ultra HD** et le Bluetooth, selon **les analyses de GfK** sur le premier semestre 2015, communiquées ce mercredi à l'occasion de l'édition 2015 du salon IFA à Berlin. Cette croissance s'observe sur **tous les territoires géographiques**, **à l'exception de l'Europe**, relève GfK. Les ventes de matériel EGP atteindront **185 milliards d'euros au niveau mondial** cette année, soit 9 Md€ de mieux qu'en 2014, estime GfK.

Repli de 6 % du marché des TV en Europe de l'Ouest

Le marché des téléviseurs entame **une phase de consolidation**, note GfK. Alors qu'en 2014, année de Coupe du monde de football, **234 millions d'appareils ont été écoulés**, l'exercice 2015 devrait enregistrer un repli de l'ordre de 4 millions d'unités vendues, soit -2 %, relève GfK qui fait toutefois état de **disparités régionales**, le Moyen-Orient et l'Afrique étant les zones les mieux orientées avec 5 % de croissance, suivies par l'Asie au sens large et les deux continents américains.

L'Europe de l'Ouest devrait au contraire enregistrer **un repli de 6 %** pour un total de 35,3 millions d'appareils vendus, précise GfK. Mais **c'est en l'Europe de l'Est**, **incluant la Russie et l'Ukraine**, que la déconvenue est la plus forte puisque les ventes devraient cette année enregistrer **un déficit de 7 millions de téléviseurs** par rapport à l'an passé, souligne l'étude.

800 000 TV Ultra HD vendues à fin 2015 en France

Dans ce contexte, **le segment des téléviseurs Ultra Haute Définition** progresse sensiblement **sur l'ensemble des territoires** et laisse envisager **des ventes à hauteur de 28 millions d'appareils** en 2015, note GfK précisant que **la Chine** s'accapare la plus grande partie de cette croissance en raison d'un taux d'équipement des ménages en écrans TV encore faible, soit 40 %. **L'Europe de l'Ouest** devrait quant à elle, permettre d'écouler 4 millions de ces téléviseurs Ultra HD, ce qui représentera **plus d'un téléviseur sur dix** acquis par les ménages cette année.

En juin dernier, les ventes de ces écrans TV représentaient 10 % des unités vendues **en Allemagne** mais pesaient à hauteur du quart du chiffre d'affaires total des téléviseurs, relève GfK. « **En France**, les ventes de téléviseurs Ultra HD devraient atteindre 800 000 unités d'ici la fin de l'année 2015, soit près d'**un quart de la valeur totale du marché** », selon **François Klipfel**, dga chez GfK, cité dans le communiqué.

D'autres vecteurs poussent également les ménages à se rééquiper, observe l'étude, citant **la taille d'écran**, en perpétuelle augmentation, de 31 pouces (79 cm) en moyenne en 2010 à désormais 38 pouces (97 cm), l'OLED, les écrans incurvés, et l'accès à des contenus de divertissement toujours plus variés aux travers des téléviseurs embarquant Android, Tizen, Firefox OS ou encore Web OS.

« Le **pas vers les téléviseurs "smart"** est vite franchi, d'autant lorsqu'il permet d'accéder à des portails VOD, si bien que tout nouveau deuxième écran vendu en Europe est désormais "smart", des ventes qui représentent pratiquement **les trois quarts de la valeur totale du marché** », souligne GfK. ■

 Reproduction interdite © 2015 Fréquences

Entreprises et marchés

Alain Weill : la petite histoire de son accord avec Altice

Après un **grand show** au Lido ce mercredi matin, où le groupe **NextRadioTV** avait convié la presse, les annonceurs et ses partenaires pour sa **conférence de rentrée**, **Alain Weill**, son pdg avait invité la presse pour une **séance de questions/réponses** à l'occasion d'un déjeuner dans un lieu prestigieux proche du cabaret. Après cette séance et répondant à la question de journalistes présents à sa table, il a raconté la **genèse du rapprochement** entre le **groupe de Patrick Drahi et le sien** :

« Je connaissais personnellement Patrick Drahi depuis longtemps. Je l'ai contacté téléphoniquement en mai car je trouvais que le niveau publicitaire d'investissement du groupe SFR dans nos médias ne reflétait pas sa part de marché dans le secteur. Nous en avons parlé ensemble et, peu de temps après, il m'a invité pour un week-end, le 30 mai, pendant lequel nous avons longuement échangé sur différents sujets, sans évoquer un quelconque rapprochement.

Nous nous sommes revus **le 7 juin et il m'a dit "associons-nous"**. Moi je voyais que mon groupe était petit, avec 4 % de pda, j'avais envie de grandir. **Il m'a proposé un rapprochement le 30 juin**. Je me suis décidé rapidement et le dossier a été bouclé en un mois et demi. »

Alain Weill s'est dit très admiratif du patron d'Altice, « un des managers exceptionnels en France ». Il a aussi raconté avoir **tenu au courant de cette négociation** son ami **Xavier Niel**, patron de Free, auprès de qui il a travaillé des années et dont il était administrateur du groupe avant d'en démissionner après le rapprochement avec le groupe de Patrick Drahi. « Je n'étais pas à l'aise mais il m'a répondu : "Alain, ce n'est pas un sujet tabou, vous prendrez la bonne décision". »

Un projet de déménagement

Alain Weill a par ailleurs évoqué, lors de ce déjeuner, ses recherches pour **déménager le siège de son groupe**, actuellement situé dans un immeuble du 15e, en bordure du périphérique, rue Oradour-sur-Glane, siège dans lequel il a estimé que le **groupe était à l'étroit**. Ce nouveau siège **resterait situé dans le 15e arrondissement** de Paris.

Les photos du show NextRadioTV au Lido et du déjeuner de presse sont disponibles sur notre site www.satellifax.com. Accès direct : http://satfax.fr/150902. Et sur nos applications mobiles, onglet « photo ». ■

Institutionnel

Redevance / Fleur Pellerin : extension de l'assiette aux box et non aux smartphones et tablettes

Une extension de la contribution à l'audiovisuel public (CAP, ex-redevance) aux **box de connexion à internet** est une des pistes de réforme étudiée par le gouvernement, a indiqué ce mercredi la ministre de la Culture et de la Communication, **Fleur Pellerin**, qui a écarté à nouveau toute taxation des **smartphones** et des **tablettes**. « **C'est une option sur la table**, le Premier ministre et le président de la République prendront leur décision dans les prochains jours », a dit la ministre interrogée sur **France Info**.

« A la demande du président, […] j'ai étudié les moyens de moderniser l'assiette de la redevance en l'étendant non pas aux smartphones et aux tablettes, mais en regardant quels étaient les nouveaux modes de consommation de la télévision et en constatant que beaucoup maintenant de cette consommation passe par **les box** », a ajouté Fleur Pellerin. « Donc, on a regardé un peu ce que donnerait l'extension aux box », mais « il n'est **pas question de taxer les smartphones ou les tablettes** comme je l'ai lu parfois », a-t-elle souligné. Fleur Pellerin a rappelé que François Hollande « avait souhaité que le financement de l'audiovisuel public soit indépendant, donc **qu'il passe par la redevance et non plus par des subventions du budget** ». « Il y a eu aussi un certain nombre de décisions qui ont été prises par le président de baisser la pression fiscale », a-t-elle dit. « Il faut que nous soyons cohérents » avec ces deux orientations, a relevé la ministre.

Interrogée sur le retour de la publicité après 20h sur la télévision publique, réclamé par la nouvelle patronne de **France Télévisions Delphine Ernotte**, la ministre a affirmé que « pour l'instant, ce sont des sujets qui n'ont pas été définitivement tranchés ». ■

France TV / Radio France : Fleur Pellerin « très favorable » au projet de chaîne d'info publique

Fleur Pellerin s'est dite ce mercredi **« très favorable »** au projet de création d'une chaîne publique d'information en continu commune à **France Télévisions** et **Radio France** (nos informations de ce mercredi). « J'attends d'en savoir davantage, mais je suis très favorable à ce projet », a déclaré la **ministre de la Culture et de la Communication** sur **France info**, soulignant qu'il « va tout à fait dans le sens des orientations qu'elle (la ministre) avait tracées pour France Télévisions avant la nomination de **Delphine Ernotte** [nouvelle présidente du groupe] ». Rappelons que pour définir ces orientations, la ministre s'était appuyée sur les recommandations du rapport de **Marc Schwartz** sur les grands objectifs stratégiques 2015-2020 de France Télévisions. « Il est important de constater qu'il y a de l'ambition chez **Delphine Ernotte**, qui n'est pas seulement une ambition financière, qui est de **l'ambition pour l'audiovisuel public** », a souligné Fleur Pellerin.

Cette chaîne d'info serait lancée dès septembre 2016 sur les supports numériques et, dans un second temps, sur le hertzien. ■

 Reproduction interdite © 2015 Fréquences

Institutionnel

Copie privée : Jean Musitelli nommé prochainement à la présidence de la Commission

Le conseiller d'Etat **Jean Musitelli**, rédacteur de la convention de l'Unesco pour la diversité culturelle en 2005, sera prochainement nommé **à la présidence de la Commission copie privée**, ont annoncé ce mercredi le ministère de l'Economie, de l'Industrie et du Numérique et celui de la Culture et de la Communication dans un communiqué commun. Cet ancien président de l'Autorité de régulation des mesures techniques (ARMT) et ancien membre de l'Hadopi (démissionnaire en 2012) succédera ainsi à **Raphaël Hadas-Lebel**, dont le mandat vient de prendre fin au terme d'une période de trois ans.

Cette annonce intervient alors que les deux ministères viennent de **renouveler le collège des industriels de la Commission**, en désignant **ses représentants** (Afnum, Fevad, Secimavi, SFIB et FFT – nos informations du 1er septembre). « Par cet arrêté [de nomination], **la Commission de la copie privée** […] **est reconstituée** », font valoir les deux ministères. Cette nomination va en effet permettre de « **reprendre les travaux** avec l'ensemble des membres **après une interruption de trois ans** », souligne le communiqué. Rappelons que depuis la démission du collège industriel en novembre 2012 (5 membres sur 6), la Commission ne pouvait plus se réunir, la loi lui imposant d'être composée à 50 % d'ayants droit, à 25 % de consommateurs et à 25 % d'industriels.

Les deux ministres ont également réaffirmé « leur attachement à la feuille de route tracée par **Christine Maugüé** dans son rapport sur le fonctionnement de la Commission de la copie privée qu'elle a remis à la ministre le 2 juillet dernier ». Ils seront également « très attentifs à ce que ces travaux soient conduits à la lumière des conclusions de la mission d'information conduite par **Marcel Rogemont** adoptées en juillet dernier par la commission des Affaires culturelles et de l'Education de l'Assemblée nationale ».

La **SACD** s'est par ailleurs félicitée, dans un communiqué, de la future nomination de Jean Musitelli, qui selon elle, « offre de sérieuses garanties d'un bon fonctionnement de la Commission ». La société d'auteurs a également salué le **« volontarisme »** de **Fleur Pellerin**, dont l'action a permis de **« faciliter une reprise du dialogue entre les créateurs, les consommateurs et les industriels** ». Rappelons que la ministre aurait en effet adressé cet été, selon *nextinpact.com*, un courrier en forme d'ultimatum aux industriels pour qu'ils ne bloquent pas le fonctionnement de la Commission (nos informations du 1er septembre). ■

Radio France : l'intersyndicale refuse la « filialisation » de France Info

Alors que **France Télévisions** et **Radio France** ont annoncé mardi leur accord pour travailler ensemble sur **le projet d'une chaîne d'information en continu commune aux deux entreprises**, projet auquel la ministre de la Culture et de la Communication **Fleur Pellerin** s'est dite « très favorable », l'intersyndicale du groupe radiophonique public a indiqué ce mercredi dans un communiqué refuser que ce projet aboutisse à la **« filialisation de France Info »**. La **CGT**, la **CFDT**, **FO**, le **SNJ**, **Sud** et l'**Unsa estiment** que ce projet qui « s'inscrit dans un marché plus que **saturé** » est avant tout « celui de **Delphine Ernotte** et de France Télévisions ». Pour ces organisations, « il ne correspond en rien aux plans et aux **urgences** de Radio France qui possède déjà une chaîne d'info continue – France Info », qui est d'ailleurs elle-même un **« média global d'information du service public »**. Ce projet est **« inacceptable »** selon les syndicats « alors qu'au même moment le pdg **[Mathieu Gallet]** veut résorber le trou dans le budget de Radio France par un **plan de départs** » et que le groupe public n'a donc pas les moyens de **« subventionner les projets d'autres entreprises »**. Ils appellent enfin leur direction à les « informer dans les plus brefs délais des détails de ce projet en matière **éditoriale**, **d'emplois et de finances** », conclut le communiqué. ■

TNT

Projet de chaîne d'info publique : « une folie », selon Alain Weill, qui en appelle au CSA

Alain Weill, pdg de NextRadioTV, propriétaire de BFM TV, a qualifié, ce mercredi, de « **folie** » le **projet de chaîne d'info publique commune à France Télévisions et Radio France**, et a **appelé le CSA à se pencher sur le dossier**. « Pourquoi tout le monde veut-il se lancer dans l'information ? **C'est une folie !** », a-t-il lancé lors d'un déjeuner de presse. « On n'a pas peur de la concurrence, mais s'il y a trop de chaînes, elles seront pauvres », leur qualité éditoriale s'en ressentira, et les téléspectateurs y perdront, selon lui. « **Je demande au CSA de faire respecter la loi [du 30 septembre] 1986 », et d'« assurer sa mission de régulateur »**, a ajouté Alain Weill, qui voit dans ce projet « une forme de concurrence déloyale ».

Mardi, France Télévisions et Radio France ont annoncé leur intention de travailler ensemble à un projet de chaîne d'info en continu commune, ouvert aux autres acteurs de l'audiovisuel public (France 24, RFI) (nos informations de ce mercredi). Un comité de pilotage va être constitué sous la présidence de Delphine ■■■

 Reproduction interdite © 2015 Fréquences

▪▪▪ Ernotte, pdg de France Télévisions, et de Mathieu Gallet, pdg de Radio France. Le dossier est confié à Germain Dagognet, directeur délégué à l'information de France Télévisions, et Laurent Guimier, directeur de France Info. La chaîne serait lancée sur les supports numériques en septembre 2016, avant un éventuel lancement en hertzien dans un second temps.

Un problème d'audience, pas de publicité

Alain Weill a estimé qu'une nouvelle chaîne d'info ne posait pas un problème de recettes publicitaires – le projet de chaîne publique commune n'en prévoyant pas – mais d'audience. « Nous sommes le seul pays occidental où il y a quatre chaînes d'information gratuites. **Dans le modèle gratuit**, **il faut une audience minimum**, **sinon on n'est pas viables** », a-t-il souligné, en estimant qu'« aucun de nous ne s'en sortira indemne ». Toutefois, « **cela dépasse l'enjeu de BFM TV**, **c'est aussi celui de iTELE et de LCI**, **si elle devient gratuite**. **J'en appelle au CSA**, **qui avait déjà dit qu'il n'y avait pas de place pour une nouvelle chaîne d'information** », a-t-il encore dit en référence au refus en juillet 2014 du CSA de faire passer LCI sur la TNT gratuite. Rappelons qu'en juin dernier, le Conseil d'Etat a annulé, pour vice de procédure, cette décision du Conseil, qui doit réexaminer le dossier et se prononcer avant la fin de l'année.

Alain Weill s'est également élevé, au passage, contre un autre projet de Delphine Ernotte, pdg de France Télévisions, de **réintroduire la publicité entre 20h et 21h**, alors qu'elle a été supprimée après 20h en 2009. **« On ne peut pas changer les règles en permanence**, **ce n'est pas sérieux »**, a-t-il lancé. **« Je laisse TF1 et M6 agir**. **Ils seront plus motivés »**, a-t-il ajouté en plaisantant.

« Bien armés »

Alors que NextRadioTV a annoncé cet été son rapprochement avec Altice (Patrick Drahi), Alain Weill a aussi affiché sa confiance. « Nous avons un partenaire solide, **si c'est la loi du plus fort**, **la loi de la jungle qui doit régner**, **nous sommes bien armés pour cela et nous serons toujours là** », a-t-il déclaré, en rappelant que BFM TV allait fêter ses 10 ans en novembre.

La chaîne d'info de NextRadioTV va bénéficier de nouveaux investissements pour cette nouvelle saison, a dit le pdg, sans donner de chiffres. Après le départ de Christophe Hondelatte, BFM TV a revu ses soirées du week-end. Elle crée une nouvelle émission le vendredi soir, à 21h, ***L'Histoire en direct***, coanimée par l'historien Fabrice d'Almeida et Pascale de La Tour du Pin (nos informations du 21 août). « **On va placer la barre très haut pour les concurrents qui veulent venir » dans le domaine de l'information**, a dit Alain Weill durant la présentation des programmes de rentrée des chaînes du groupe. ■

Numéro 23 /Vente : Alain Weill affiche sa confiance sur la décision prochaine du CSA

Alain Weill, pdg de NextRadioTV, a **affiché sa confiance**, **ce mercredi**, **sur la décision à venir du CSA**, **qui doit se prononcer sur le rachat**, **à Diversité TV**, **pour 88,3 millions d'euros**, **de Numéro 23 par NextRadioTV**. Le CSA a annoncé fin juillet qu'il rendrait sa décision en octobre. Le Conseil a publié cet été une étude d'impact dans laquelle il émet certaines réserves tout en considérant que l'opération ne devrait pas avoir d'effets anticoncurrentiels sur le marché publicitaire ni induire d'évolution substantielle des équilibres d'audience entre les chaînes (nos informations du 19 août). Selon Alain Weill, il est aujourd'hui « **pleinement rassuré sur ses interrogations concernant le capital de la chaîne** ». « La situation est très claire » et « la convention de la chaîne est très souple », a-t-il fait valoir. Le projet de NextRadioTV pour Numéro 23 est de montrer davantage de diversité à l'antenne. Pour cela, **« nous avons fait des propositions très précises » au CSA**, **et « nous sommes prêts à les intégrer dans un document contractuel »**, a-t-il ajouté, alors que le Conseil a critiqué le respect de ces engagements.

La vente de Numéro 23 avait suscité beaucoup de critiques lors de l'annonce de négociations exclusives entre NextRadioTV et Diversité TV au printemps. TF1, Canal+ et M6 avaient dénoncé en avril auprès du CSA « une opération de spéculation sur les fréquences qui font partie du domaine public ». Ils l'avaient même qualifiée de « fraude ». La loi pour la croissance, l'activité et l'égalité des chances économiques, dite « loi Macron », introduisait le quadruplement de la taxe sur la vente de fréquences hertziennes, actuellement à 5 %, qui devait être portée à 20 % en cas de cession de la fréquence dans les cinq ans qui suivent sa délivrance. Mais cette disposition a été retoquée début août par le Conseil constitutionnel. ■

TV sur câble, satellite, ADSL, mobiles

RMC TV : des annonces d'ici la fin de l'année sur son lancement, dit Alain Weill

NextRadioTV, qui détient notamment la radio RMC, **fera des annonces avant la fin de l'année sur le lancement de RMC TV**, le projet de chaîne TV sur câble, satellite et ADSL conçu **à partir de RMC**, a dit ce mercredi Alain Weill, pdg du groupe, lors d'un déjeuner de presse (nos informations du 5 septembre 2014).

Le projet s'inscrit dans la stratégie de convergence entre les médias du groupe, qui a déjà opéré un rapprochement entre TV et radio avec BFM Business. « **Dans quelques mois**, **on fera des annonces très concrètes** », **d'ici la fin de l'année**, sur RMC TV, a dit Alain Weill. ■

 Reproduction interdite © 2015 Fréquences

TV sur câble, satellite, ADSL, mobiles

QVC : la chaîne de téléachat disponible dans l'offre de la TV d'Orange

La **chaîne de téléachat QVC** (Liberty Interactive Corporation), lancée en France début août sur **Free** et peu après sur **Fransat**, étend sa distribution dans l'Hexagone : elle est **dorénavant disponible** dans le **basique de la TV d'Orange**, a-t-elle annoncé ce mercredi. Elle touche **désormais** « **plus de 12 millions de foyers**, projetant **18 millions à horizon 2016** », indique le communiqué.

QVC diffuse 24 heures/24 avec « 64 heures d'émissions en direct » chaque semaine, dont 8 heures non stop quotidiennes en semaine (17h-1h du matin) et 12h par jour le week-end (13h-1h), avec accès possible au direct et au rattrapage sur mobile, tablette et ordinateur. ■

Canalsat par satellite : nouvelle vague de passage en full HD le 22 septembre prochain

Selon nos informations, Canalsat procédera le **22 septembre** prochain à une **deuxième vague de passage en full HD** de ses chaînes diffusées par satellite via Astra SES. La première vague, mêlant full HD et upconversion s'est déroulée dans la nuit du 30 juin au 1er juillet concernant quelque 80 chaînes. ■

Free : nouvelles chaînes sur la Freebox TV pour la rentrée

Aktu Freebox, le magazine des abonnés **Free**, vient d'annoncer dans son numéro 68 l'arrivée de **nouvelles chaînes** sur son bouquet pour la rentrée. Il s'agit de **Motors TV** (jusqu'alors en exclusivité sur Canalsat et Numericable) sur le canal 144 (au tarif de 3,99 €/ mois) ; **Motorvision** sur le canal 145 (0,99 €/ mois) ; **La chaîne Normande** sur le canal 337 (inclus Freebox TV) ; et les chaînes internationales **Hlive** sur le canal 436 (inclus Freebox TV) ; **TVM** sur le canal 471 (1,99 €/ mois) et **MBC** sur le canal 473 (1,99 €/ mois). A noter que la chaîne consacrée aux jeux vidéo **Game One** (groupe Viacom) sera désormais disponible sur le canal 61 (118 jusqu'à présent). ■

Industrie des programmes

Festival de La Rochelle : les intervenants aux débats de cette 17e édition

Le **Festival de la fiction TV de La Rochelle**, qui se déroulera du 9 au 13 septembre, a annoncé ce mercredi les **intervenants** à son grand débat du vendredi 11 (11h), « **Exportation : comment va évoluer le financement de la fiction ?** », sur les opportunités et éventuels risques créatifs pour la fiction française. Menée par Alexandre Michelin, directeur général de Microsoft MSN Europe, Moyen-Orient, Afrique, la table ronde réunira **Jan Mojto**, pdg de Beta Films, **Carole Scotta** (Haut et Court), membre du SPI, **Christophe Tardieu**, directeur général délégué CNC, **Ben Donald**, producteur en charge de la fiction internationale chez BBC Worldwide, **Mathieu Bejot**, délégué général TV France International, **Marie-Laure Hébrard** (Film&Picture), **Pascal Rogard**, directeur général de la SACD, **Philippe Bailly** (NPA Conseil) et **Thomas Anargyros** (EuropaCorp Television), vice-président du conseil d'administration du Festival et président de l'Uspa.

Par ailleurs, la Guilde française des scénaristes s'intéressera à 15h le même jour à un autre thème d'actualité : **« Adaptations : piège ou opportunité ? »**. Pour nourrir ce débat sur une tendance croissante de la filière, seront réunis, autour de la modératrice **Anne Rambach** (scénariste et présidente de la Guilde), des auteurs, des producteurs et des diffuseurs : les scénaristes **Claire Lemaréchal** et **Frédéric Azemar**, les producteurs **Iris Bucher** (Quad productions) et **Jimmy Desmarais** (Haut et Court TV) et, côté chaînes, **Thierry Sorel**, directeur de la fiction de France 2, et **Arnaud Jalbert**, chargé de programmes à Arte France. Les échanges seront introduits par **Sahar Baghery**, directrice Etudes et stratégie des contenus chez Eurodata TV Worldwide, qui effectuera « une présentation chiffrée sur l'équilibre entre adaptations et création originale en France et dans le monde [ainsi qu']une mise en perspective des tendances », indique le communiqué de la Guilde. ■

Radio

Radio France : Mathieu Gallet auditionné ce mercredi par le CSA

Mathieu Gallet, pdg de Radio France, **a été auditionné ce mercredi par le CSA**, a-t-on indiqué à *Satellifax*. Cette audition, qui a duré plus de 2 heures, était prévue depuis le mois de juillet. Le CSA souhaitait notamment s'entretenir avec Mathieu Gallet de la crise sociale traversée par le groupe radiophonique au printemps, et de la grève de 28 jours qui l'a secoué. L'audition a aussi été l'occasion d'effectuer un tour d'horizon des enjeux et de l'activité de Radio France, qui finalise actuellement son **contrat d'objectifs et de moyens (COM) 2015-2019** avec l'Etat. La rencontre doit permettre au CSA de nourrir sa réflexion sur l'avis qu'il sera amené à rendre sur ce COM cet automne, quand le projet de texte lui aura été transmis (nos informations du 27 août). ■

 Reproduction interdite © 2015 Fréquences

Vidéo, vidéo à la demande

Catch-up : record de consommation en mai à près de 440 millions de vidéos

La consommation de vidéos en télévision de rattrapage a atteint **au mois de mai** le montant record de **438,8 millions de vidéos** visionnées sur les services de replay du panel étudié (21 chaînes dont 17 nationales), soit 14,2 millions de vidéos vues chaque jour, selon **le baromètre mensuel du CNC** publié mardi. La consommation augmente de 8,5 % par rapport au mois précédent et de **41,5 % sur un an**. Au total, 2,1 milliards de vidéos ont été vues en replay sur les cinq premiers mois de l'année, relève l'étude.

La consommation de télévision en ligne, qui inclut également les bonus et les chaînes en direct sur les autres supports que la télévision, affiche elle aussi une forte progression (+8,4 % sur un mois et +36,1 % sur un an), totalisant 480,3 millions de vidéos vues en mai et 2,3 milliards de vidéos visionnées depuis le début de l'année.

Montée de l'usage des tablettes

Cette progression est notamment **portée par l'usage des tablettes**, sur lesquelles **le nombre de vidéos vues a doublé en un an** (à 70,2 millions), observe le baromètre. Sur le mois de mai, les programmes jeunesse, le documentaire, la fiction et le cinéma ont totalisé 50,1 % des vidéos visionnées. L'écran de télévision continue toutefois à dominer la consommation en replay avec 66,1 % d'utilisateurs déclarés (-1,4 %), devant l'ordinateur (52,6 % ; -2,9 pt), les appareils mobiles (27,2 % ; +2,4 pt) dont la tablette (18,7 % ; +1,4 pt) et le téléphone mobile (13,4 % ; +0,4 pt).

Les meilleures audiences de télévision en ligne sont réalisées par ***Koh-Lanta*** pour TF1, la série française ***Disparue*** pour France 2, ***Plus belle la vie*** pour France 3, ***Le petit journal*** pour Canal+, la série ***Peppa Pig*** pour France 5, ***Les reines du shopping*** pour M6, ***Touche pas à mon poste !*** pour D8, ***Les Marseillais en Thaïlande*** pour W9, ***Les mystères de l'amour*** pour TMC, ***Les enquêtes impossibles*** pour NT1, ***Les lapins crétins*** pour France 4 et ***Sonic Boom*** pour Gulli, détaille l'étude.

17 600 heures de programmes proposées sur internet

Avec 17 600 heures de programmes, l'offre en replay sur internet est en hausse de 7,8 % vs avril et de **14,1 % sur un an** (+15,8 % pour les chaînes historiques et +12,5 % pour les chaînes TNT-TNT HD), note le bilan. Sur un mois, l'offre augmente de 8,6 % à 14 800 heures pour les programmes de flux et de 4,1 % à 2 800 heures pour les programmes de stock. L'animation, le documentaire, la fiction et le cinéma ont constitué 16,1 % de l'offre proposée en mai, précise le baromètre.

La fiction française progresse face à la fiction américaine (46,6 % de l'offre pour la production hexagonale contre 34,2 % pour l'américaine), devant la fiction européenne (10,9 %) et les programmes d'autres nationalités (8,2 %). M6 (avec 175 heures), TF1 (171 heures), France Ô (154 heures) sont les chaînes ayant proposé l'offre la plus étoffée dans ce genre en mai. En **animation**, ce sont les services de France 4 (259 heures), Gulli (123 heures) et France 3 (100 heures) qui fournissent le plus de programmes, tandis qu'Arte (195 heures), France 5 (141 heures) et France 3 (101 heures) dominent ce classement pour le **documentaire**.

71 % des internautes utilisent la catch-up (-0,6 pt)

La pénétration de la télévision de rattrapage marque un recul de 0,6 point sur un an, et de 3,2 % sur un mois, souligne le baromètre : **71 % des internautes** (15 ans et plus) ont ainsi déclaré, en mai, l'avoir pratiquée au moins une fois dans l'année. La pénétration atteint 73,6 % chez les femmes, 79,4 % chez les 15-24 ans, 75,8 % chez les CSP+ et 71,8 % en région parisienne, détaille le baromètre. Moins de 50 % du public (45,4 %) regardent des programmes en replay au moins une fois par semaine (contre plus de 50 % en avril, pour la première fois), 30,2 % au moins une fois par mois et moins d'une fois par semaine et 24,4 % moins d'une fois par mois, selon le bilan.

TF1 a été la chaîne la plus regardée en replay en mai (52,1 % du public) devant **M6** (48 %) et **France 2** (30,4 %). Concernant les chaînes plus récentes de la TNT, le trio de tête est composé de **W9** (13,6 %), **NRJ 12** (11,7 %) et **D8** (7,7 %) pour celles lancées en mars 2005 et de **RMC Découverte** (4,6 %), **6ter** (4,3 %) et **HD1** (1,3 %) pour celles de décembre 2012.

Le baromètre de la télévision de rattrapage regroupe des données issues de trois baromètres mensuels que le CNC a mis en place avec NPA Conseil et GfK, associés à Canal+ Régie, France Télévisions Publicité, M6 Publicité Digital, TF1 Publicité Digital, TMC Régie et Lagardère Publicité pour l'aspect consommation, avec Harris Interactive pour les usages (sondage en ligne) et avec TV-replay pour l'offre. ■

Internet

FremantleMedia France / *Télé-Loisirs* : plus d'1,1 million de vidéos vues pour la websérie *Pourquoi ?*

La **websérie *Pourquoi ?***, lancée le 18 mai par ***Télé-Loisirs*** et **FremantleMedia France**, a **cumulé 1 105 213 vidéos vues** depuis la mise en ligne du premier épisode, ont annoncé les deux partenaires ce mercredi. *Pourquoi ?* (15 x 2'30) met en scène un couple (**Ariane Brodier** et **Nicolas Lumbreras**) dans son salon, qui s'interroge sur le programme en cours de diffusion à la télévision. Exemple : « **Pourquoi le héros n'attend-il jamais les renforts ?** ». La websérie est accessible sur ***Teleloisirs.fr***, **YouTube** et **Dailymotion**. La « marque » Télé-Loisirs veut ainsi « s'affirmer comme un diffuseur de contenus courts et de divertissement ». ■

 Reproduction interdite © 2015 Fréquences

International

Netflix : ouverture ce mercredi du service SVOD au Japon

Netflix a ouvert ce mercredi son service SVOD au Japon, proposant des contenus et des prix qui **obligent les concurrents locaux à ajuster leur offre**. Avec un **premier tarif à environ 5 euros par mois** et un partenariat exclusif avec le puissant opérateur de télécommunications **SoftBank** (nos informations du 26 août), Netflix, qui fait ainsi ses premiers pas en Asie, arrive sur un marché où plusieurs acteurs coexistent, comme Hulu ou les opérateurs de télécoms NTT Docomo, KDDI (associé à la chaîne privée TV Asahi)… et SoftBank, éditeur du service SVOD Uula. Et où la concurrence va encore se renforcer dans le courant du mois avec le lancement de **Prime Video**, le service d'**Amazon** (nos informations du 28 août).

Le fondateur et patron de Netflix, **Reed Hastings**, est apparu brièvement en public ce mercredi dans une enseigne de SoftBank à Tokyo pour se féliciter de ce démarrage dans l'archipel. Le groupe a créé une **bande-annonce spéciale** avec des scènes d'anime et voix typiques de séries japonaises pour faire part via internet (sur Twitter, Facebook et YouTube) de son arrivée sur le territoire. Il appuie sa stratégie sur la **production de contenus originaux**, en plus de ceux provenant de **catalogues extérieurs**. Il promet qu'**au moins la moitié de son offre pour le public nippon sera d'origine japonaise**, avec notamment des productions maison ou coproductions avec des acteurs locaux. Ainsi, la première « Netflix Japan Original Series » sera l'adaptation d'***Hibana***, roman de Naoki Matayoshi couronné de plusieurs prix. Par ailleurs, le service a aussi conclu un accord de production avec **Fuji Media Holdings** ; les partenaires ont d'ores et déjà annoncé la production de la série ***Terrace House***.

En matière de distribution, le groupe table aussi sur les **téléviseurs connectés** : un **bouton « Netflix »** est prévu sur la télécommande d'un **modèle Panasonic**, « et plusieurs autres sont attendus ultérieurement », a expliqué un vendeur de l'enseigne d'électronique Bic Camera au centre de Tokyo. Reed Hastings a, pour sa part, présenté un **modèle Sharp** également doté de cette touche spécifique.

Netflix, qui revendique déjà 65 millions d'utilisateurs dans le monde, considère le Japon comme un lieu stratégique dans son internationalisation, même s'il est déjà présent dans une cinquantaine de pays. ■

E-U / ABC : un des « héros » du Thalys participera à *Danse avec les stars*

La chaîne ABC a annoncé, via un tweet, ce mercredi qu'**Alek Skarlatos**, l'un des trois Américains qui ont contribué à maîtriser l'assaillant du Thalys Amsterdam-Paris le 21 août, participera à un de ses programmes phares, *Dancing with the Stars*, la version américaine de ***Danse avec les stars***, diffusée en France sur **TF1**. L'émission, qui met en compétition plusieurs célébrités dans un concours de danse, doit débuter le 14 septembre. ■

Nominations, mouvements

Robert Namias : l'ancien directeur de l'information de TF1 quitte ses fonctions à Nice-Matin

Robert Namias, qui **dirige le groupe Nice-Matin** depuis le 1er décembre 2014, **quitte ses fonctions** à la suite d'une **crise de gouvernance** au sein du groupe de presse organisé en coopérative des salariés, a-t-il indiqué ce mercredi. L'ancien directeur de l'information de TF1, qui y cumulait les responsabilités de **président du directoire**, **directeur des publications et directeur des rédactions**, a pris acte « **d'ingérences** » de la part des **salariés actionnaires**, « **incompatibles** » avec sa fonction de président du directoire, chargé de la gouvernance. « Une **incompréhension progressive** » s'est instaurée entre le directoire et le conseil de surveillance où siègent notamment des représentants des salariés, décrit-il. « J'ai adhéré totalement au projet, mais il faut un patron. Certains n'ont pas su rester à leur place. On se sépare de facto », dit-il, sans préciser la date effective de son départ. ■

Programmes

M6 : les principales nouveautés de la rentrée

M6 a présenté ce mercredi soir aux annonceurs **les nouveautés de sa grille de rentrée** et sa nouvelle signature : « **M6, continuons de grandir ensemble** ». Celle-ci s'accompagne d'**un film publicitaire autour de ses animateurs** présentés chacun avec son sosie enfant, habillé de la même manière et prenant les mêmes poses. Actuellement diffusé sur les réseaux sociaux, il a été lancé ce mercredi sur la chaîne puis à partir du 9 septembre au cinéma dans environ 6 000 salles.

Six nouveautés font leur entrée. La chaîne lancera ainsi l'adaptation du format américain ***The Apprentice***, produite par **Endemol** et présentée par **Bruno Bonnell**, cofondateur de la société de jeux vidéo Infogrames et actuel directeur de l'entreprise de robotique Robopolis. Dans ce programme, 14 candidats ambitieux, diplômés ou autodidactes à la recherche d'un emploi, vont tester leurs capacités professionnelles lors d'un recrutement géant. Un seul décrochera le poste en CDI au côté de Bruno Bonnell. M6 proposera également ***Garde-à-vous*** (Studio 89), un programme dans la veine du ■■■

 Reproduction interdite © 2015 Fréquences

Programmes

▪ ▪ ▪ *Pensionnat de Chavagnes* : une quinzaine de jeunes vont vivre l'expérience du service militaire tel qu'il se pratiquait dans les années soixante. Autre production de la filiale Studio 89 : ***Cauchemar chez le coiffeur***, avec Sarah Guetta qui dirige l'un des salons les plus réputés de France. Passionnée par son métier, elle tentera de redresser des salons de coiffure en difficulté. La chaîne annonce également ***Retour vers le passé*** (Studio 89) où l'on verra une famille d'aujourd'hui vivre avec la technologie des années soixante.

Egalement annoncée : ***La vie secrète de nos ados*** (ITV France Studios), soit neuf mois d'immersion dans huit familles françaises. Objectif : observer le quotidien de huit adolescents, âgés de 15 à 20 ans, qui représentent la génération internet, aussi appelée « génération Z », souvent en conflit avec leurs parents. Enfin, la chaîne proposera ***Marché conclu*** (Studio 89), un rendez-vous qui va mettre à l'honneur l'entreprenariat français en donnant l'opportunité à certaines personnes d'obtenir le financement nécessaire au développement de leur projet.

Renouvellement des principales marques

Parallèlement, M6 renouvelle ses principales marques avec la 10e édition de ***La France a un incroyable talent*** (FremantleMedia) dotée d'un nouveau jury (Hélène Segara, Eric Antoine, Kamel Ouali et Gilbert Rozon) ; une nouvelle saison du ***Meilleur pâtissier*** avec notamment une spéciale célébrités (dont Alizée, Titoff, Dave, Clara Morgane, Aymeric Caron, Philippe Candeloro) ; une spéciale 10 ans de ***L'amour est dans le pré*** (FremantleMedia France) ou encore le retour de ***L'histoire au quotidien*** (Link Production) coanimée par Mac Lesggy et Marjolaine Boutet qui proposeront cette fois une immersion dans la France sous la Révolution. Sont également renouvelées : *Objectif Top chef* (Studio 89) avec Philippe Etchebest, dont le vainqueur participera à *Top Chef* 2016 ; ***The Island, seuls au monde*** (Shine France), ***D&Co, une semaine pour tout changer*** avec **Sophie Ferjani**, décoratrice d'intérieur depuis dix ans, succédant à Valérie Damidot, et ***Cousu main*** (BBC Worldwide France) présentée par Cristina Cordula.

Côté séries, la chaîne annonce l'arrivée de ***Secrets & Lies*** (ABC, 10 x 42') et la 10e et nouvelle saison inédite de ***X-Files*** (6 x 42'), réalisée treize ans après la fin de la série originale créée par Chris Carter (1993-2002) (nos informations du 25 mars).

Rappelons que M6 a clos la saison à **10,1 % de pda** (juin), sa meilleure performance mensuelle sur l'année. ■

RMC Découverte : les nouveautés de la rentrée

RMC Découverte mettra plusieurs nouveautés à l'antenne cette saison, dont une **émission française consacrée aux ventes aux enchères**, ont indiqué ce mercredi ses dirigeants, lors de la présentation des programmes de rentrée du groupe NextRadioTV. ***Enchères Made in France*** (10 x 52'), produite par Mediafisher, sera lancée en décembre, et diffusée le dimanche en prime time. Elle traitera du quotidien d'une salle des ventes installée dans un entrepôt aux portes de Paris. Six objets seront présentés par six vendeurs, puis proposés aux enchères.

RMC Découverte cherche ainsi à surfer sur le succès des émissions de ventes aux enchères. Elle diffuse déjà les émissions américaines *Storage Wars – Adjugé, vendu !* (Gurney Productions, 87 x 26') et *Enchères à tout prix* (Tru TV).

D'autres productions françaises sont attendues. La saison 2 de ***Top Gear France*** (BBC Worldwide France) est prévue pour janvier 2016, avec le même trio d'animateurs : Philippe Lellouche, Le Tone et Bruce Jouanny.

La filiale de NextRadioTV lancera aussi en novembre ***Mission Protection*** (12 x 90', Morgane), qui suivra différentes unités d'intervention françaises (secouristes, policiers, brigade fluviale…). Une série historique produite par Cinétévé (6 x 52'), ***Les combattants de l'ombre***, tournée dans 15 pays d'Europe, reviendra, à partir de novembre, sur les résistants de la Seconde Guerre mondiale.

Côté nouveaux formats étrangers, RMC Découverte proposera notamment ***Wheeler Dealers, occasions à saisir*** (27 x 52', Attaboy TV), qui montrera un passionné d'automobiles en quête de voitures vintage en Europe et aux Etats-Unis ; ***Highway Thru Hell*** (10 x 52', Great Pacific Media), sur une unité de remorquage d'élite, ou encore ***Yukon Gold, l'or à tout prix*** (20 x 52', Paperny Entertainment), attendu en octobre. ■

Au fil des tweets...

Mercredi's tweets : Godefroy, Revel, Damidot, Lechevallier, Fraioli, Gault, Ludianov, Denis, Simonin, Alduy...

Une sélection, parfaitement arbitraire, de tweets qui nous ont amusés ou instruits. Ou pas. L'orthographe et la syntaxe d'origine sont conservées… sauf exception charitable !

Vos avis, vos suggestions : commentaire@satellifax.com ou @joelwir ou @satellifax.

@MinistereCC "Naturel que les moyens de l'audiovisuel public soient mis en commun si projet commun" @fleurpellerin @franceinfo

@jeromegodefroy Incendie à Paris : témoignage recueilli par @BFMTV diffusé sur @franceinter. Pénurie de journalistes dans le service public ? #maredevance ▪ ▪ ▪

 Reproduction interdite © 2015 Fréquences

Au fil des tweets…

@Garriberts «Le next show» au Lido, on ne se refuse rien.

@renaudrevel Barack Obama bientôt candidat d'une téléréalité de survie http://po.st/LNxdH8 via @LExpress

@TF1 Samedi prochain dans #QVGDM, @Foucault_JP passe pour la première fois du côté des candidats !

@DamidotValerie happy birthday au meilleur @farrugiadom

@TF1 C'est officiel, la youtubeuse @enjoyphoenix participera à la saison 6 de Danse Avec Les Stars ! #DALS

@PLechevallier Sur @Netflixjp #Netflix Japon, aucun film français, même d'Alain Delon ! La France, le pays du cinéma ?
@joelwir Faux, cher Pascal : selon mes constatations il y a, au moins, Intouchables, en VF ou VJ ! Et sans doute d'autres
@joelwir @PLechevallier Voici une photo d'écran que je viens de prendre sur Netflix Japon ! Il y a bien des films français !
@joelwir @PLechevallier Et The Artist aussi sur @NetflixJP ! (photo d'écran)

@Bruno_Fraioli #SportBusinessClub le nouveau mag hebdo #SportBusiness de @BFMbusiness le dimanche à 9h tv/radio. A dimanche !

@PhillipeGault Projet de créer une nouvelle chaîne d'info @francetelevision et @radiofrance : une décision lourde, à soumettre à étude d'impact préalable !
@HLudianov France Télévisions, c'est 5 chaînes de télé nationales, 33 (!!!) antennes régionales et ultramarines, mais Pellerin veut une chaine d'info !

@PatrickSimonin La secrétaire d'Etat chargée du numérique @axellelemaire venue rencontrer @YvesBigot aujourd'hui à @Tv5monde

@lordofnoyze #DixPourCent : une vraie réussite, portrait de quatre agents en perdition pour des stars. Grosses punchlines et rythme ce qui est énorme.

@DenisEstelle Quel honneur de succéder à Victoria Silverstedt et @BenaimValerie !!! #babaroulette #pdlp @Europe1

@W9 Il y a 15 ans, la téléréalité faisait son apparition en France Retour sur cette incroyable histoire le 22.09 #LIHTR

@Manald1 #AmazonInstant lance le #DownloadToGo apres @canalplay. Welcome
@Canalplay La lecture hors connexion, comment ça marche ? http://bit.ly/horsconnexion_

(Tweets relevés le mercredi 2 septembre) ■

Revue de presse

Notre revue de presse se veut un aperçu du secteur, vu par les autres médias (presse papier, presse en ligne, télévision, radio), en complément de nos propres contenus. Ainsi qu'il est de tradition pour toute revue de presse, les opinions exprimées et les faits mentionnés ne doivent pas être considérés comme reflétant les vues de notre rédaction.

Bertrand Meheut : sans doute remplacé par Jean-Christophe Thiery, il devrait rester dans le groupe

(Caroline Sallé et Enguérand Renault, *Le Figaro*, mercredi 2 septembre)

La fin du suspense est proche et le dénouement est connu : la prise de pouvoir officielle de Vincent Bolloré sur Canal+. C'est ce jeudi matin, dans la foulée d'un conseil de surveillance, que l'actionnaire majoritaire de Vivendi doit annoncer le remaniement de l'état-major de sa filiale. Première décision hautement symbolique : l'homme d'affaires breton devrait prendre lui-même la présidence du conseil de surveillance, aujourd'hui occupée par Arnaud de Puyfontaine. Ce dernier devrait du coup se consacrer entièrement à Vivendi.

Seconde décision emblématique : Jean-Christophe Thiery, actuel président de Bolloré Média, devrait prendre la présidence du directoire. Pour remplacer Bertrand Meheut, qui assurait cette fonction jusqu'à présent, Vincent Bolloré place donc à ses côtés l'un de ses hommes de confiance. Manière de bien faire comprendre, au cas où cela aurait échappé à certains, que c'est lui désormais et lui seul qui se trouve aux commandes de Canal+…

Bertrand Meheut, à qui l'on doit la remise à flot de la chaîne, pourrait néanmoins rester dans le groupe. ■

Daniela Lumbroso / Lagardère Entertainment : attaqué par la productrice, Carson Prod contre-attaque

(Europe 1, *Le grand direct des médias*, mercredi 2 septembre)

[Alors que, deux ans après la suppression sur France 3 du divertissement *Chabada* produit et animé par Daniela Lumbroso, cette dernière a décidé d'attaquer France Télévisions et Lagardère Entertainment (société productrice des *Chansons d'abord* et *Du côté de chez Dave*, les deux émissions qui ont remplacé *Chabada*) pour ■■■

 Reproduction interdite © 2015 Fréquences

Revue de presse

▪ ▪ ▪ « concurrence déloyale » et « parasitisme » (nos informations du mardi 1er septembre).]

Franck Saurat, le directeur de Carson Prod (filiale de Lagardère Entertainment), a déclaré : « J'aurais aimé en rire, mais ce sont des accusations graves et diffamatoires. Elle oublie qu'elle a présenté toutes les émissions sur la chanson française produites par Carson Prod. En 2004, elle a créé sa société de production avec des émissions semblables. Elle a pris des équipes qui étaient les miennes. Elle a recruté des intermittents qui travaillaient avec moi sur mes émissions. » Franck Saurat déclare utiliser « [une] configuration identique [pour le décor] depuis vingt ans. Les émissions de variétés n'ont rien d'originales ». Le producteur est également revenu sur les accusations concernant le concept, jugé proche de celui de *Chabada* : « France 3 a créé une case de variétés le dimanche après-midi. Au début, Daniela Lumbroso la présentait. Puis, après des réductions de coûts, un appel d'offres a été lancé. Vingt sociétés de production ont déposé un projet, trois pilotes ont été retenus, et Carson Prod a été choisi pour produire l'émission. » Et d'indiquer : « Pendant dix ans, j'ai produit la *Fête de la musique* pour France 2, qui était présentée par Daniela Lumbroso. Puis, je me suis soumis à un appel d'offres. Et quand je n'ai pas été retenu, Daniela ne s'en est pas émue. » « Je ne comprends pas les accusations de Daniela Lumbroso. Pendant un an et demi, il ne s'est rien passé. Je ne connais pas ses raisons, mais elle en a sûrement », a conclu Franck Saurat. ■

Redevance : l'extension aux box permet d'exempter smartphones et tablettes

(Marc Rees, *nextinpact.com*, mercredi 2 septembre)

[Alors que la ministre de la Culture et de la Communication a annoncé ce mercredi réfléchir à une extension de l'assiette de la redevance aux box internet et non aux smartphones et tablettes.]

[…] Au-delà du rendement de la redevance, pourquoi se focaliser sur les box ? La raison est simple, mais demande de revenir quelques années en arrière. En 2013, Bercy a diffusé un arrêté permettant de croiser le fichier de la taxe d'habitation avec celui des abonnés aux distributeurs TV, dont les fournisseurs d'accès à internet. Sous l'œil de la direction générale des finances publiques, est ici mis en musique le système Ancrages, acronyme d'« application nationale des contrôles de la redevance audiovisuelle et de gestion des sanctions », qui remplace l'ancien traitement automatisé nommé Red-Phare (qui permettait quant à lui de croiser les déclarations des vendeurs de TV avec celles des détenteurs de récepteurs de télévision). Préalablement, en 2008, Bercy avait écrit à plusieurs distributeurs de services de télévision (dont des fournisseurs d'accès) pour leur proposer un cahier des charges d'automatisation en préparation de ces contrôles. Il faut dire que la même année, la Cnil avait avalisé « la mise en œuvre d'une nouvelle fonctionnalité d'interrogation dématérialisée des établissements diffuseurs ou distributeurs de services payants de programme de télévision », comme le claironnaient les services fiscaux dans leur courrier révélé dans nos colonnes. Dans leur « guide de procédure pour le transfert par fil des consultations adressées aux câblo-opérateurs », déclaré à la Cnil, les services de la redevance annonçaient déjà vouloir s'intéresser à « un million de redevables non recoupés » – comprendre dont les noms n'apparaissent pas sur les fiches envoyées par les vendeurs de TV mais qui peuvent disposer malgré tout d'un appareil puisqu'ils sont abonnés à telle ou telle offre. Depuis 2005 et l'article L96E du livre des procédures fiscales, les chaînes payantes et n'importe quel distributeur « de services payants de programmes de télévision » sont tenus de fournir à l'administration, sur sa demande, les contrats de leurs clients. En clair, le système Ancrages permet depuis la même chose, mais à distance et de façon automatisée. Quant à l'exemption des tablettes ou des smartphones, l'explication est simple : ceux qui regardent la TV sur ces appareils utilisent sans doute davantage le Wi-Fi qu'une connexion de type 4G. Or la possession d'un accès Wi-Fi peut supposer la détention d'une box. La belle générosité ministérielle n'est donc que de façade. ■

Agenda

Agenda médias : événements d'aujourd'hui et de demain

Aujourd'hui		Les Rencontres de l'Udecam : « D-Day for value »
	09:00	**Sud Radio**, présentation dispositif Coupe du monde rugby. C: justine.boiramier@coriolink.com
	09:00	**Reed Midem**, conférence de presse de présentation de l'édition 2015 du MipCom. Contact : yassia.fekir@reedmidem.com
	09:30	**Europe 1**, conférence de presse de rentrée. Contact : 01 47 23 14 06
	11:00	**MCS**, conférence de presse de rentrée. Contact : elodie.thuret@sfr.com
Demain	08:30	**MipCom**, petit déjeuner de rentrée. Contact : nancy.denole@reedmidem.com

 Reproduction interdite © 2015 Fréquences